

上海市律师协会

会展与旅游专业委员会 法律资讯

总第一百零七期
二〇二四年第七期



目 录

一、本期聚焦：研学游有人管了！文旅部正式出手	1-3
二、焦点评论：人民网三评“研学游”之一：缺“研”少“学”有点乱	4-5
三、焦点评论：人民网三评“研学游”之二：寓教于游为何这么“热”？	6-7
四、焦点评论：人民网三评“研学游”之三：“研学热”如何走向真研学	8-9
五、新规速递：文化和旅游部办公厅关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知	10-11
六、新规速递：《文化和旅游部办公厅关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知》 解读	12-15
七、行业动态：《2024 中国会展产业年度报告》大盘点	16-23
八、典型案例：2024 年第一批旅游市场秩序整治典型案例发布	24-27



本期聚焦

研学游有人管了! 文旅部正式出手

1

注重研学旅游正向引导、丰富研学旅游资源供给、发挥研学旅游标准引领作用、强化研学旅游安全管理、防范出境研学旅游风险、加强研学旅游市场监管、落实研学旅游主体责任……日前,文化和旅游部发布《关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知》(以下简称《通知》),进一步加强对旅行社经营研学旅游业务的规范引导,切实提高旅行社研学旅游产品质量和服务水平。近年来,研学旅游作为教育与旅游相融合的新业态,得到了旅游者,特别是广大家庭和青少年的青睐与积极参与。在快速发展的同时,目前研学旅游市场也存在一些不容忽视的乱象,部分研学旅游产品广告宣传不实,内容质量不高,产品价格与所提供服务之间不相匹配,个别产品存在安全方面的风险隐患。此次《通知》的发布,正是针对研学旅游当中存在的问题,对行业进行指引,促进研学旅游更好地发展。



参加研学学生在清华大学艺术博物馆参观。新华社记者 尹栋逊 摄

2

针对研学旅游中的乱象问题,今年7月,人民网就曾推出“三评”,指出行业中存在的问题,并为“研学游”如何良性发展、让“研学热”走向真研学提出建议。《一评“研学游”:缺“研”少“学”有点乱》评论指出:“研学热”伴生的价格虚高、货不对板、走马观花等乱象的根源,首先是乱在本末倒置、缺“研”少“学”。名校游览变“校门打卡”,全程吃好喝好住好玩好,却少有教育内容……很多传统观光旅游产品“穿衣戴帽”后摇身一变,就成了研学旅游,甚至研学体验内容及相关课程设计都十分模糊,遑论把关研学项目质量。研学游之乱,乱在鱼龙混杂、过度逐利。一些主办机构缺乏专业资质、人员素质良莠不齐,加上服务标准不统一,收费信息不透明,导致虚假宣传、以次充好、价格乱飞,所谓研学游成了变相“割家长韭菜”。研学游之乱,乱在隐患重重、风险四伏。个别组织者让学生参加有较高危险性的项目,却缺乏相应的安全预防措施,活动安排没有照顾到未成年人的身体和心理发育情况,食宿安排随意,安全防范形同虚设。《二评“研学游”:寓教于游为何这么“热”?》总结研学旅游受到追捧的原因,指出研学旅游融研究性学习和旅行体验为一体,既帮助孩子们增长知识,也能在旅行中开阔眼界,还能培养团队协作意识、提高独立生活能力,因此在受到家长和学生们的热捧同时,也得到了国家政策支持鼓励。至于研学旅游中暴露的种种乱象,究其原因,在于过度追求经济效益而忽视社会效益,过度重视经营性创收而忽视了教育这个初衷,由此带来发展观、价值观走偏。评论指出,如何让研学热真正走向“真研学”,更好服务孩子成长,是一个需要正视、并亟待回答的课题。《三评“研学游”:研学热”如何走向真研学》认为,研学游的兴起,既是教育与旅游深度融合的时代产物,也是教育理念和教育方式的锐意革新。学才是目的,游只是载体。研学游要从野蛮生长到健康成长,相关监督管理必须与时俱进。行业规范和标准怎么界定?主管部门有必要进行前瞻性思考、统筹性推进,呵护行业健康有序发展。研学游商家要在品牌创意、线路设计、内容品质上下功夫,摒弃赚快钱、热钱的短视思维,真正为学生的所见所闻、所感所获服务。同时,结合科技进步与时代发展的条件,研学游在过程中可以提高技术含量,建立完善评价和反馈机制。





小学生在位于绍兴市富盛镇的水上运动基地参加皮划艇拓展活动。新华社记者 翁忻旻 摄

3

一种新业态从野蛮生长到健康成长，离不开精心的呵护，也需要及时的纠偏。实现研学游的长远发展，必须立规矩、划红线。《通知》提出，丰富研学旅游资源供给，鼓励文化、历史、艺术、科技、教育、体育、自然资源等领域和工业、农业、服务业等行业面向社会提供优质研学旅游资源，从源头丰富了优质研学项目的选择空间。同时，文旅部将制定研学旅游产品、服务、营地、基地标准，鼓励行业组织制定研学旅游相关的质量标准，支持将研学旅游从业人员纳入文化和旅游行业人员培训体系。这些举措，将有效提升研学旅游整体水平，让“劣质”研学旅游失去生存空间。

追根溯源，“研学旅游”还是要回到提升学生综合素质这个根本目的，将学和游有机地结合起来，让学有所得，游有所乐，才能让家长和学生都满意。“一次研学，终身受益。”这是学生和家长的热切期待，也是规范有序的市场理应追求的目标。让研学游真正成为孩子健康成长中一条可行的通道，还需各方一起努力、共同作为。

责编 | 仝宗莉、徐玉涵

来源： 庄红韬 人民网评 2024 年 11 月 28 日



焦点评论

人民网三评“研学游”之一：缺“研”少“学”有点乱

暑期来临，随着“8999 元 6 日研学游到底是不是天价”“月入 1 万元不够孩子研学 7 天”等话题持续引发热议，“研学热”伴生的价格虚高、货不对板、走马观花等乱象再次浮出水面，屡遭诟病。

读万卷书，行万里路，寓教于游自古是备受推崇的教育手段。近年来，脱胎于夏令营、冬令营的研学游逐渐走俏，成为旅游市场快速“起飞”的风口之一。2024 年夏研学游持续升温，研学的费用也是水涨船高。有家长坦言：“去年孩子参加的一个为期两周的英国暑期研学营，价格是 4 万多元，今年同一个机构、同样的课程配置，价格已经涨到了 5 万多元。”

父母都想把最好的给孩子，不计成本送孩子参加研学游在情理之中。但家长的目的是通过购买教育服务，让孩子在竞争中不掉队。作为一种教学新业态，研学产品应是课堂的延伸，其中研是基础，学是目的，游是载体，旨在让学生于游中研有所得、学有所获。而研学游之乱，正是始乱于本末倒置、缺“研”少“学”。

打着北大清华研学的幌子，名校游览变“校门打卡”；囊括一系列豪华的吃住行安排，全程让学生吃好喝好住好玩好，却少有教育内容……很多传统观光旅游产品“穿衣戴帽”后摇身一变，就成了研学旅游，甚至研学体验内容及相关课程设计都十分模糊，遑论把关研学项目质量。难怪家长纷纷反映，“没什么收获”“很累”“不值”。

研学游之乱，二乱在鱼龙混杂、过度逐利。目前的研学旅行大致采取两种方式，一种是由学校组织师生参与，效果相对较好。堪忧的是，大多属于第二种情况，即由旅行社或研学旅游公司设计路线和方略，并组织学生研学旅行。这些机构很多缺乏专业资质、人员素质良莠不齐，加上服务标准不统一，收费信息不透明，导致虚假宣传、以次充好、价格乱飞。有人均收费数千元的活动，参观的其实只是免费开放的场馆，所谓研学游，就是变相“割家长韭菜”。

研学游之乱，三乱在隐患重重、风险四伏。研学游的服务对象是学生，安全保障本



应是重中之重，谁想到却成一大“槽点”。2021 年，曾有高一学生在参加某沙漠探险项目期间意外身亡，令人意外的是，危险系数如此之高的探险研学，竟未配备随行队医。2023 年，有研学团让 9 龄童趴在路边台子上吃自热米饭；有孩子被要求凌晨 2 点起床看升旗仪式，看完后躺在广场睡觉……食宿尚如此随意，安全防范被置于何处？

权责不清晰、监管主体不明确，也埋下隐患。研学处于教育、文旅、工商等交叉监管领域，游学机构、代理商、学生间存在委托、教育、管理、旅游等多种关系，一旦发生纠纷，各方如何担责较难界定，消费者维权困难重重。

禁微则易。及时为研学游划清专业资质红线、制定服务流程标准、明确收费边界限制、设置必要保障措施，势在必行！

责编：仝宗莉、曲源

来源：人民网-观点频道

作者：寒酥 2024 年 07 月 24 日





焦点评论

人民网三评“研学游”之二：寓教于游为何这么“热”？

科普研学游、人文自然研学游、名校研学游……暑期，各种类型的研学游可谓特色鲜明、各显神通，丰富和点亮了孩子们的假期生活，也成为社会关注的热点。

研学游这种体验式的教学方式，融研究性学习和旅行体验为一体，既帮助孩子们增长知识，加深对书本知识的直观理解，也能在旅行中开阔眼界、增加见闻，更好了解国情、热爱祖国。与此同时，还能在集体旅游、集中住宿中培养团队协作意识、提高独立生活能力。因此得到家长和学生们的热捧，不难理解。

研学游的兴起，政策支持是不容忽视的重要原因。早在 2013 年，国务院办公厅印发了《国民旅游休闲纲要（2013-2020 年）》，就明确提出要“逐步推行中小学生研学旅行”。2016 年，教育部等 11 部门印发了《关于推进中小学生研学旅行的意见》（以下简称《意见》），要求各地将研学旅行摆在更加重要的位置，推动研学旅行健康快速发展。政策的鼓励、引导和支持，让研学游进入了发展“快车道”。特别是近年来，随着教育“双减”的落地，不少家长转变教育观念，更加注重孩子的素质教育、全面发展。研学游“寓学于行、寓学于游”，把学校教育和校外教育有效衔接，契合了教育转型发展需要，被广泛视为推动基础教育改革发展的重要途径。

既有需求侧的旺盛需求，也有供给侧的持续发力。研学游持续火爆，和文旅融合发展的大势是分不开的。近年来，随着人民群众生活水平的提高，对更高品质旅游服务的需求也水涨船高，各种定制化、个性化旅游产品成为市场“香饽饽”。在这样的背景下，研学游参与的经营主体更多，产品种类更加多元多样，为更多家庭所负担、所选择。相关数据显示，全国有超过 5000 家“研习营”“夏令营”的相关企业，中国研学旅行市场总体规模未来将超过千亿元。不少地方也将发展研学游作为推进文旅融合发展的重要抓手，比如前不久广西发布十条研学旅行精品线路。作为新模式新业态，研学游在政策引导、市场竞争、文旅发展、家长期待中成为旅游市场新兴增长点，逐渐从小众走向大众化。

客观来看，与一些国家成熟的研学游市场相比，我国研学游行业尚未真正形成气候。但存在的



痛点和问题却十分突出。现实中,“重游轻学”“走马观花”等现象较为普遍,孩子收获不大;研学旅行指导师虽受到官方认可,但缺乏统一规范和考试难以确保师资水平。有的研学团课程设置缺乏目标、可操作性不强;有的打着“研学”的旗号收费不菲,实际服务却与广告承诺不符。市场准入门槛低、服务良莠不齐、行业标准不完善,造成研学游产品质量不高,制约了研学游行业健康发展。这些问题固然有起步晚、发展时间短的因素,但究其根源,在于过度追求经济效益而忽视社会效益,过度重视经营性创收而忽视了教育这个初衷,由此带来发展观、价值观走偏。

让孩子全面发展、健康成长,这是教育的根本目的。如何让研学热真正走向“真研学”,如何推动研学游高质量发展、更好服务孩子成长,这是一个需要正视、并亟待回答的课题。

来源: 人民网-观点频道

作者: 沈若冲 2024 年 07 月 25 日





焦点评论

人民网三评“研学游”之三：“研学热”如何走向真研学

究竟是研学“优”，还是研学“忧”？关键要弄清楚我们到底需要怎样的研学游。

一个显而易见的事实是，研学游的出现看似偶然、实则必然。一段时间里，一些课堂上本应积极踊跃的互动交流，演变成了正襟危坐的“填鸭式”教学；一些地方美其名曰“素质教育”的课外活动，尴尬地沦为应试教育的时空延伸。越来越多的学生和家长意识到，成长的沃野无限广阔，在课堂也在课外，在脑力也在脚力，在理论也在实践。从这个意义上来说，研学游的兴起，既是教育与旅游深度融合的时代产物，也是教育理念和教育方式的锐意革新。

收获满满的研学游，是求学问路之旅，也是教书育人之途。只不过，新蓝海意味着新机遇，同时也萌生了新挑战。当商业化气息开始浸染，当功利化思维开始作祟，研学游也就不再只是教育范畴的探索创新，成了市场竞争的商品交易的一部分。

需要厘清的是，学才是目的，游只是载体。倘若只是“到此一游”，打个卡、留个痕、走个形式，那么这种游学的教育意义就会大打折扣，反而浪费了时间、精力和金钱。有没有走进现场，感受课堂上没有的震撼？是不是恍然大悟，了解了课本之外的真实？客观来说，评价一次研学游的效果或许因人而异。但有一点是毋庸置疑的，那就是不管教育质量还是产品质量，孩子们最有发言权，他们既是校外课堂的亲身参与者，也是市场产品的最终消费者。只重营销不重内容、只搞噱头不搞内在、只圈费用不管效果，这样的研学游与期待相去甚远，也与初衷南辕北辙。

一种新业态从野蛮生长到健康成长，离不开精心的呵护，也需要及时的纠偏。实现研学游的长远发展，必须立规矩、划红线。比如，作为教育与旅游的跨界融合，研学游的监督管理也要与时俱进。教育部门和市场监督管理部门如何协调？行业规范和标准怎么界定？主管部门有必要进行前瞻性思考、统筹性推进，呵护行业健康有序发展。再如，不同于一般商品的使用价值，研学游具有更为广泛的教育价值、社会价值，商家要在品牌创意、线路设计、内容品质上下功夫，摒弃赚快钱、热钱的短视思维，真正为学生的所见所闻、所感所获服务。又如，结合科技进步与时代发展的条件，研学游在过程中可以提高技术含量，建立完善评价和反馈机制，

实现从“一次性”到“可追溯”的转变，更好保障人身安全、财产安全等等。

再如，作为教育与旅游的跨界融合，研学游的监督管理也要与时俱进。从准入门槛、产品资质，到安全管理、应急处置，多地发文强化对研学市场的规范，呵护行业健康有序发展。

“一次研学，终身受益。”这是学生和家长的热切期待，也是规范有序的市场理应追求的目标。让研学游真正成为孩子健康成长中一条可行的通道，还需各方一起努力、共同作为。

来源：人民网-观点频道

作者：向南平 2024 年 07 月 26 日





新规速递

文化和旅游部办公厅关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知

各省、自治区、直辖市文化和旅游厅（局），新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局：

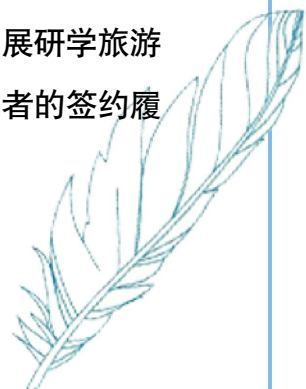
为促进旅行社经营研学旅游业务健康有序发展，切实提高产品质量和服务水平，现就有关工作通知如下。

一、注重研学旅游正向引导。研学旅游活动应有助于发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化，展现新时代伟大成就，培育践行社会主义核心价值观，促进人的全面发展。组织开展研学旅游应坚持社会效益与经济效益相统一，更加注重在提升青少年综合素养等方面的社会效益。各级文化和旅游行政部门要把研学旅游作为推动文化和旅游深度融合发展，加快实现旅游强国目标的重要内容，积极推广研学旅游经营中的规范行为和创新举措，引导全社会认识研学旅游活动的积极意义，理性选择研学旅游产品。

二、丰富研学旅游资源供给。充分发挥文化、文物和旅游资源在提升青少年综合素质中的重要作用。鼓励文化、历史、艺术、科技、教育、体育、自然资源等领域和工业、农业、服务业等行业面向社会提供优质研学旅游资源。加大对研学旅游资源调查摸底的力度，建设一批主题特色鲜明、课程和师资支撑有力、配套服务完善、综合效益突出的优质研学旅游营地基地，培育一批优质研学旅游品牌和企业，打造一批优质研学旅游产品。鼓励面向青少年群体推出更多公益性的研学旅游活动。

三、发挥研学旅游标准引领作用。文化和旅游部牵头制定研学旅游相关产品、服务、营地、基地等标准，引导推动标准落地实施。发挥行业自律作用，鼓励相关行业组织根据研学旅游市场发展需求，开展相关的质量标准制定工作，为消费者选择研学旅游产品提供参考，为政府职能部门开展分类指导和管理提供积极支撑。

四、制定推广研学旅游合同示范文本。文化和旅游部会同市场监管总局制定研学旅游合同示范文本，明确研学旅游课程、师资、服务安排等相关条款。积极引导旅行社在开展研学旅游业务时，参照示范文本与消费者签订规范的书面研学旅游合同，规范旅行社与消费者的签约履约行为。



五、强化研学旅游安全管理。旅行社应选择具备资质的供应商、合作商；与具备研学旅游资源的机构开展合作应注意其是否具备开放条件和接待服务能力。应对研学旅游产品进行安全评估，不得将未开发开放、缺乏安全保障的区域纳入研学旅游产品。应全面落实旅行社用车“不租用未取得相应客运经营许可的经营者车辆”等“五不租”规定。

六、防范出境研学旅游风险。旅行社组织开展赴境外研学旅游活动应密切关注外交部和驻外使领馆发布的海外安全提醒和旅游目的地安全风险提示，就当地安全风险作出真实说明和明确提示。应避免前往高风险地区和非出境旅游目的地国家和地区。应做好行前安全培训，制定境外突发事件应急处置预案。在境外期间，应引导参与者自觉遵守目的地国家 and 地区的法律法规，尊重当地宗教习俗和风俗习惯。发生重大突发事件，应及时向我驻当地使领馆报告。旅行社和在线旅游经营者发布研学旅游产品应对活动内容及宣传进行严格把关，确保境外安排的活动、项目符合我国法律、法规和社会公德。

七、加强研学旅游市场监管。各级文化和旅游行政部门和相关执法机构应进一步完善工作机制，加大对旅行社经营研学旅游的监督管理和服务力度，畅通举报投诉渠道，依法查处旅行社、在线旅游经营者在经营研学旅游产品中的违法违规行为，制定研学旅游产品开发指引，加强规范引导。

八、培育研学旅游专门人才。支持将研学旅游相关从业人员纳入文化和旅游行业人才培养体系，持续提升从业人员专业素养和能力。支持有条件的职业学校开设研学旅游相关专业和设置相关课程，培养研学旅游项目开发、产品设计和活动管理专门人才。支持高校、研究机构、企业等开展研学旅游理论与实践研究。

九、落实研学旅游主体责任。根据谁组织、谁举办、谁负责的原则，旅行社组织或承接研学旅游，应按照文化和旅游行政部门有关规定进行规范管理。研学旅游的组织者应合理安排旅游线路，将研学项目与旅游行程有机融合。研学旅游的经营者对研学旅游产品进行宣传推广时，应与公益、志愿、支教、助学、校外培训、竞赛等其他活动类型进行区分，充分保障消费者的知情权。在线旅游经营者发布研学旅游产品应履行内容审核责任和告知义务，确保平台信息内容真实准确。

学校组织研学实践教育活动由教育主管部门负责规范管理。

特此通知。

文化和旅游部办公厅

2024 年 11 月 19 日





新规速递

《文化和旅游部办公厅关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知》

解读

一、《通知》出台的背景是什么？

研学旅游是近年来快速发展的教育与旅游相融合的新业态，在提升青少年精神素养、传承弘扬中华优秀传统文化等方面所发挥的作用日益彰显，得到了旅游者，特别是广大家庭和青少年的青睐与积极参与。

在快速发展、发挥积极作用的同时，目前研学旅游市场也出现了一些不容忽视的乱象，部分研学旅游产品广告宣传不实，内容质量不高，产品价格与所提供的服务之间不相匹配，还有个别产品存在安全方面的风险隐患。由于目前研学旅游的主要参与者是青少年，其中相当部分是未成年人，研学旅游活动直接关系到广大青少年的切身利益和合法权益，上述问题的存在受到了各有关方面的高度关注，社会上也积极呼吁要根据研学旅游发展的最新形势，尽快完善研学旅游管理机制，加强行业管理，切实提升研学旅游质量。

研学旅游活动链条长，涉及主体类型多样。有学校组织的研学实践教育活动，也有各类经营者面向市场提供的研学旅游产品和服务。在众多类型的研学旅游产品和服务经营者中，旅行社是其中一类，此外还包括大量的教育机构、培训机构等，另外还有提供研学旅游资源（内容）以及旅游相关服务的各类研学旅游营地、基地、合作商、供应商等。

针对研学旅游领域的这种特点和规律，近一段时间以来，文化和旅游部积极会同教育部、市场监管总局等相关部门，在深入调查研究的基础上，明确了各部门在研学旅游管理方面的职责分工：文化和旅游行政部门负责对旅行社经营研学旅游业务进行监督管理，教育行政部门负责对学校组织的研学实践教育活动进行监督管理，市场监管行政部门负责对市场经营主体经营研学旅游业务的广告、合同进行监督管理。文化和旅游部根据职责分工，印发《关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知》，旨在进一步加强对旅行社经营研学旅游业务的规范引导，切实提高旅行社研学旅游产品质量和服务水平。



二、《通知》的主要内容是什么？

《通知》共有 9 条，包括：注重研学旅游正向引导、丰富研学旅游资源供给、发挥研学旅游标准引领作用、制定推广研学旅游合同示范文本、强化研学旅游安全管理、防范出境研学旅游风险、加强研学旅游市场监管、培育研学旅游专门人才，以及落实研学旅游主体责任等。主要内容聚焦在以下四个方面：

一是促进研学旅游业态发展。《通知》提出丰富研学旅游资源供给，鼓励文化、历史、艺术、科技、教育、体育、自然资源等领域和工业、农业、服务业等行业面向社会提供优质研学旅游资源。提出由文化和旅游部牵头制定研学旅游产品、服务、营地、基地标准，鼓励行业组织制定研学旅游相关的质量标准，发挥标准引领作用和行业自律作用。提出支持将研学旅游从业人员纳入文化和旅游行业人员培训体系。支持有条件的职业学校开设研学旅游相关的专业和课程等。

二是规范旅行社与消费者签约履约行为。《通知》提出由文化和旅游部会同市场监管总局制定推广研学旅游合同示范文本，积极引导旅行社参照示范文本与消费者签订书面研学旅游合同，规范旅行社在提供研学旅游产品时与消费者之间的签约履约行为。

三是强化研学旅游安全管理和风险防范。要求旅行社在经营研学旅游业务时选择具备资质的供应商、合作商，与具备开放条件和接待服务能力的机构开展合作，落实旅行社用车“五不租”规定，对研学旅游产品进行安全评估，不得将未开发开放、缺乏安全保障的区域纳入研学旅游产品。要求旅行社和在线旅游经营者发布研学旅游产品时要对内容及宣传进行严格把关，确保赴境外研学旅游内容符合我国法律、法规和社会公德等。

四是加强研学旅游市场监管。《通知》强调各级文化和旅游行政部门和相关执法机构应进一步完善工作机制，加大对旅行社经营研学旅游的监督管理和服务力度，畅通举报投诉渠道，依法查处旅行社、在线旅游经营者在经营研学旅游产品中的违法违规行为。

三、《通知》主要发挥什么作用？

一是加强正向引导，推动研学旅游领域健康发展。《通知》积极引导旅行社在经营研学旅游业务中树立正确导向，把握研学旅游规律，强化产品内涵建设，规范经营行为，提升产品质量，从而确保旅行社经营研学旅游业务能够健康、有序、安全、可持续发展。引导旅行社进一步加强对研学旅游资源的开发利用能力、对研学旅游课程的整合供给能力，对青少年群体有针对性的服务保障能力，发挥在研学旅游规范经营中的示范带动作用。通知要求各级文化和旅游



行政部门要把研学旅游作为推动文化和旅游深度融合发展, 加快实现旅游强国目标的重要内容, 宣传研学旅游经营活动中的规范行为和创新举措, 引导全社会认识研学旅游活动的积极意义。

二是回应群众期待, 增加优质研学旅游产品和服务供给。研学旅游市场的快速增长反映了广大人民群众对高层次、高品质精神文化生活的**新需求、新期待。近年来, 文化和旅游部联合相关部门, 出台一系列政策文件, 大力引导支持各级各类文化和旅游资源面向广大青少年积极提供优质服务, 助力青少年综合素养提升和全面发展。这次的《通知》中也明确提出, 鼓励各行业各领域面向社会提供优质研学旅游资源, 鼓励相关机构面向青少年推出更多公益性的研学旅游活动, 不断丰富研学旅游资源供给。同时《通知》也提出支持建设一批优质研学旅游营地基地, 培育一批优质研学旅游品牌和企业, 打造一批优质研学旅游产品。通知要求各级文化和旅游行政部门要加大对研学旅游资源调查摸底的力度, 制定研学旅游产品开发指引, 为研学旅游市场发展提供积极保障。

三是强化规范管理, 切实维护消费者合法权益。针对社会关注度高的研学旅游产品广告宣传、质量方面存在的问题, 《通知》从切实维护消费者合法权益、保护青少年切身利益的角度出发, 严格依据相关法律法规和部门规章, 进一步明确了研学旅游相关主体的主体责任, 包括要求研学旅游的经营者对研学旅游产品进行宣传推广时, 要与公益、志愿、支教、助学、校外培训、竞赛等其他类型活动进行区分, 充分保障消费者的知情权。要求在线旅游经营者发布研学旅游产品应履行审核责任和告知义务, 确保平台信息内容真实准确。提出在研学旅游合同示范文本中明确研学旅游课程、师资、服务安排等相关的条款, 规范旅行社与消费者的签约履约行为等。

四、其他需要说明的内容?

一是 2016 年教育部联合 11 部门印发了《关于推进中小学生研学旅行的意见》, 明确中小学生研学旅行是由教育部门和学校有计划地组织安排, 通过集体旅行、集中食宿方式开展的研究性学习和旅行体验相结合的校外教育活动, 明确由教育部门牵头, 加大对研学旅行工作的统筹规划和管理指导。本《通知》中也再次重申“学校组织研学实践教育活动由教育主管部门负责规范管理”。本《通知》主要针对的对象是旅行社经营研学旅游业务的市场化行为, 与学校组织的研学实践教育活动有所不同。同时, 使用研学旅游能更好地与旅游业相关政策法律、规划标准等相统一相衔接。



二是考虑到目前研学旅游市场的主要参与者是青少年，其中相当部分是未成年人，本《通知》主要针对旅行社面向青少年群体经营的研学旅游业务，以更好回应人民群众关切。对旅行社面向其他年龄段参与者提供的研学旅游产品，各级文化和旅游行政部门可参照本《通知》加强规范引导。

发布时间：2024 年 11 月 25 日





行业动态

《2024 中国会展产业年度报告》大盘点

2023 年全国共举办展览多少场？与 2022 年相比增长了多少？

2023 年全国展览展出面积有多少？会展业提供社会就业岗位多少？会展业直接产值、综合贡献值有多少？

2023 年中国会展产业发展特点有哪些？

2024 年会展业的总体趋势如何？

.....

诸多问题，《2024 中国会展产业年度报告》给你解答。



10 月 25 日, 2024 全球展览论坛在浙江杭州成功举办。会上亚太会展研究院院长郭牧发布了《2024 中国会展产业年度报告》, 报告中披露了 2023 年中国会展产业的整体数据, 对 2023 年中国会展产业特点作出了详细分析, 并深度解读 2024 年中国会展业的总体趋势。



2023 年, 国际形势复杂多变, 中国经济面临诸多挑战, 但会展业依然展现出强劲的韧性和活力, 其在促进国内外贸易、推动产业升级、加强文化交流等方面的作用愈发显著。

一、2023 年中国会展产业数据分析

2023 年全国举办展览 8505 场, 同比增加 209.5%; 展出面积 14760.79 万平方米, 同

比增加 186.9%。会展产业在国内市场的推动下，实现了稳步增长，并逐渐成为推动经济发展的新引擎。



2023 年 50 人以上专业会议数量达到 172 万场，同比增长 44.5%；万人以上节庆活动数量为 18.7 万场，同比增长 125.3%。这些活动不仅为会展产业带来了丰厚的经济效益，也促进了文化交流和社会进步。

2023 年会展业提供社会就业岗位 1805 万人次，同比增长 39.9%；直接产值达到 6936 亿人民币，同比增长 35%。综合贡献为全国 GDP 的 6.1 万亿人民币，同比增长 29.3%；占全国生产总值的比例为 0.55%。占现代服务生产总值的 1.0% 以上。这表明会展产业已经成为中国经济体系中不可或缺的一部分，为推动高质量发展做出了重要贡献。

2023 年香港共举办大型(面积超过 2000 平方米)展览 125 个，较 2022 年增加 30%；澳门全年共举办 1139 项会展活动，按年增加 1.4 倍。与会者和入场观众上升。



会展城市方面，展览面积超过 500 万平方米的一线城市占全国展览面积 36%，全年展览面积超 200 万平方米的二线城市占 29%，超 100 万平方米的三线城市占 14%，超 50 万平方米的城市占 7.5%。

综合全年数据，2023 年复苏有效且态势稳定。

二、2023 年中国会展产业特点

1. 会展业复苏有效

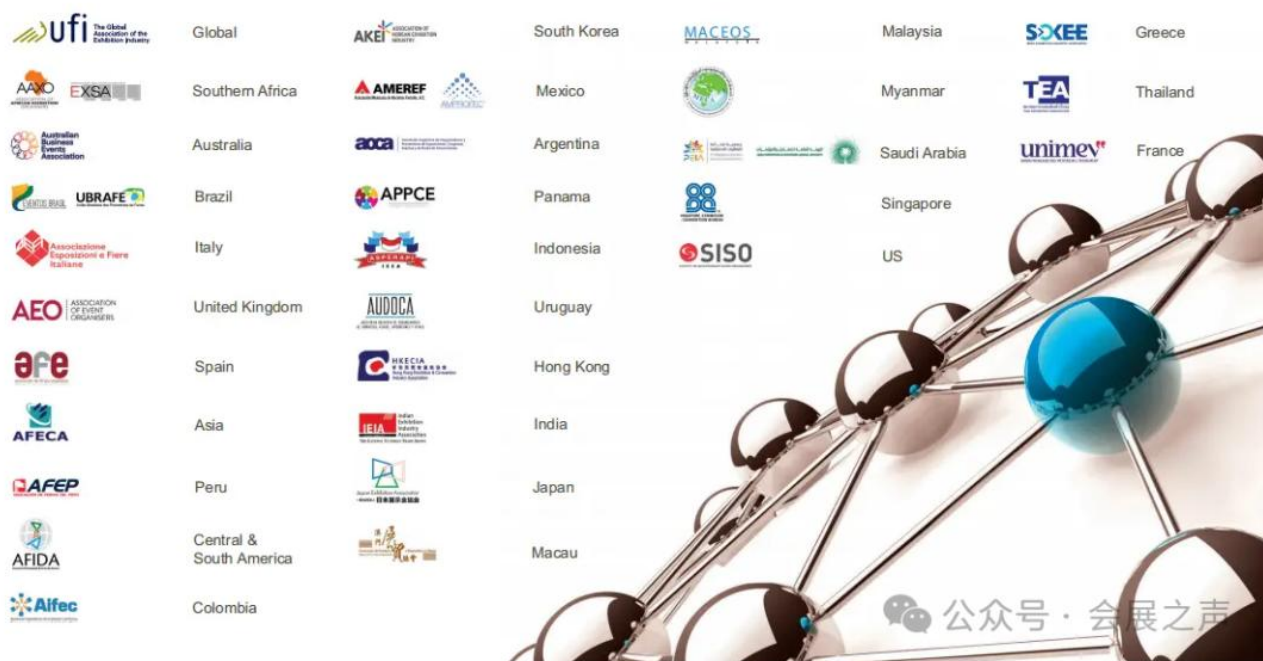
在全球经济逐步复苏的背景下，中国展览业呈现出逐步的复苏态势。根据《UFI 全球展览行业晴雨表》研究报告，全球有一半的公司业务活动水平有所提升，特别是在欧洲和北美地区，这一比例高达 60%。亚太地区、中南美洲和中东非洲有 40% 的公司活动增加。2023 年平均收入比前一年增长了 20%。61% 的公司宣布 2023 年的年增长率超过 10%，27% 的公司宣布营业利润稳定。

UFI Global Exhibition Barometer

ufi The Global Association of the Exhibition Industry

33rd Edition

Report based on the results of a survey concluded in July 2024



2. 大展影响力增强

我国在办好传统的中国进出口商品交易会、中国国际投资贸易洽谈会等重要展会的基础上,在展览规模、服务水平方面接近或领先国际水平,成功举办了中国国际进口博览会、中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会等重要展会。特别是 2023 年 11 月举办的第二届全球数字贸易博览会升格为国家重大战略性展会,和进博会、广交会、服贸会、消博会等一道,站在国家展会第一梯队,对于中国数字贸易发展质量和竞争力提升具有重大战略意义。

3. 国际化程度扩大

中国作为全球第二大经济体,在全球经济中占据着重要地位。会展产业作为经济发展的重要推动力,其国际化发展具有必要性。随着经济全球化的深入发展,各国之间的经济联系日益紧密。会展产业作为连接生产与消费、供给与需求、国际与国内的重要平台,在促进国际贸易、推动经济合作方面发挥着重要作用。



4. 数智化趋势明显

2023 年中国会展产业在数字化与智能化趋势的推动下, 实现了全面复苏和快速发展。未来, 会展产业将更加注重创新和服务质量的提升。一方面, 会展企业将不断探索新的技术应用和商业模式, 以满足参展商和观众不断变化的需求。另一方面, 会展企业将更加注重品牌建设和市场推广, 提高企业的知名度和美誉度。总之, 中国会展产业在数字化与智能化趋势下, 将迎来更加广阔的发展前景。

5. 绿色理念在践行

会展业作为全球经济和文化交流的重要平台, 对环境产生显著影响, 业界已普遍采纳和实施绿色环保理念, 以减少影响并促进可持续发展。绿色会展强调在会展活动各阶段采取环保措施, 实现环境、社会和经济三个维度的可持续性。



6. 展馆建设有变化

截至 2023 年, 中国已拥有超过 357 座展览馆, 室内可供展览的面积达到了 1620 万平方米, 可出售展览面积 820 万平方米, 较 2010 年的 200 多座展览馆和不足 1000 万平方米的

展览面积有了质的飞跃。这一增长反映了中国从制造业大国向服务业和创新经济转型的过程中，会展业所起到的关键作用。展览馆不仅是会展经济的重要载体，更是地方经济发展的助推器，推动了城市的国际化进程。

7. 区域发展在加速

在会展业的发展过程中，区域协同与竞争合作成为不可忽视的重要趋势。各地在制定会展政策时，不仅需要考虑本地区的资源和优势，还需要关注周边地区的会展业发展情况，推动区域间的协同合作。首先，区域协同有助于避免恶性竞争和资源浪费。通过共享资源、互通信息、联合推广等方式，不同地区可以共同打造具有区域特色的会展品牌，提升整个区域的会展业竞争力。

8. 行业规范在加强

2023 年，面对全球经济复苏的不确定性与挑战，我国中央和地方各级政府积极响应，加大了对会展业的支持力度，旨在通过强化发展保障，推动产业高质量发展。会展业作为现代服务业的重要组成部分，不仅具有强大的经济拉动效应，更是促进产业升级、区域协调发展的关键力量。

三、2024 年中国会展产业发展趋势

1. 提升会展业的国际化与专业化

在 2019 年至 2023 年间，中国举办的国际级展会数量显示了显著的增长，增幅达到了 20%。这一期间，展会不仅在数量上增加，其行业覆盖范围也实现了从传统制造业向高科技、绿色能源、数字信息等多个新兴领域的扩展。

2. 完善会展产业链的整合与优化

随着中国会展产业的蓬勃发展，产业链整合与优化已成为推动行业升级和转型的关键因素。2023 年，通过政策引导、技术创新和市场需求的共同作用，产业链整合与优化在多个层面实现了显著提升，为行业的可持续发展奠定了坚实基础。



3.提升会展业的标准化与规范化

2023 年中国展览业在产业政策、展览规模、基础设施、政府主导型展会、转型升级、发展格局、数字创新、标准促进、绿色低碳、融合带动、出国参展和产教协同等方面取得显著进展和成就。



4.加速会展业的数字化与智能化

随着全球经济的逐步复苏和数字化转型的深入推进,中国会展业正迎来前所未有的发展机遇。作为现代服务业的重要组成部分,会展业不仅承载着促进商贸交流、推动产业升级的重要使命,还日益成为展示国家形象、增强城市竞争力的关键平台。在这一背景下,数字化与智能化的加速融合将成为推动中国会展业高质量发展的核心动力。

5.增强会展业的绿色可持续发展

2024 年,中国会展产业积极响应全球环境保护和可持续发展的号召,将继续深化绿色会展的理念,推动行业向更加环保、高效和可持续的方向发展。通过全面实施绿色会展实践,如采用环保材料、创新节能技术、推广数字化解决方案、倡导绿色交通和餐饮服务,不断推动产业向更可持续的模式转型。

来源: 会展之声 (公众号)

日期: 2024 年 11 月 06 日





典型案例

2024 年第一批旅游市场秩序整治典型案例发布

2024 年,文化和旅游部部署开展旅游市场秩序专项整治行动,指导各地聚焦未经许可经营旅行社业务、“不合理低价游”等突出问题,集中查办了一批旅游市场案件,有力维护了旅游者和旅游经营者合法权益,营造了公平竞争的市场环境。现将第一批典型案例公布如下:

案例一:未经许可经营旅行社业务案

2024 年 2 月,云南某国际旅行社有限公司在其旅行社业务经营许可证已被吊销的情况下,接受组团社委托,接待 41 名旅游者赴昆明、大理、丽江旅游,安排导游张某提供导游服务,并将丽江段旅游行程接待业务委托给丽江某旅行社有限公司。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十五条第一款的规定,丽江市文化和旅游局对当事人作出没收违法所得、罚款 100000 元的行政处罚,对直接负责的主管人员黄某作出罚款 20000 元的行政处罚。

案例二:未经许可经营旅行社业务案

2024 年 1 月,郝某某通过微信朋友圈发布“万人自制猪头肉、休闲乐购一日游 69.9 元”的旅游产品,并进行宣传、招徕,组织 45 名旅游者赴平遥旅游。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十五条第一款的规定,寿阳县文化和旅游局对当事人作出没收违法所得、罚款 10200 元的行政处罚。

案例三:以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益案

2024 年 3 月,湖南某国际旅行社有限公司宁乡分公司以 699 元/人的团费招徕 18 名旅游者参加“秀美湖北,情迷恩施”5 天 4 晚旅游活动,向旅游者隐瞒行程中包含购物店和自费旅游项目的情况,并以低于接待和服务成本的标准向地接社支付费用,以此获取差价利润。在旅

游行程中, 地接社委派的导游安排旅游者前往某特产综合超市购物, 并另行收取 499 元/人自费旅游项目费用。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十五条第一款的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十八条的规定, 宁乡市文化旅游广电体育局对当事人作出没收违法所得、责令停业整顿 15 日、罚款 30000 元的行政处罚, 对直接负责的主管人员龙某作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例四: 未经与旅游者协商一致指定具体购物场所案

2024 年 3 月, 重庆某国际旅行社有限公司组织旅游者参加“重庆武隆四天三晚游”。在实际行程中, 导游李某某根据该旅行社的指令, 在未与旅游者协商一致的情况下, 将旅游者带入约定行程以外的购物场所进行购物。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十五条第二款的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十八条的规定, 重庆市文化和旅游发展委员会对当事人作出吊销旅行社业务经营许可证的行政处罚, 对直接负责的主管人员赵某某作出罚款人民币 14000 元的行政处罚, 对其他直接责任人员李某某作出罚款人民币 2000 元、暂扣导游证 30 日的行政处罚。

案例五: 未经与旅游者协商一致指定具体购物场所案

2024 年 2 月, 贵州某旅行社有限公司组织旅游者参加贵州 5 日游。在旅游行程中, 该旅行社安排导游舒某某将旅游者带入约定行程以外的购物场所进行购物。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十五条第二款的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十八条的规定, 安顺市文体广电旅游局对当事人作出责令停业整顿 15 日、罚款 30000 元的行政处罚, 对直接负责的主管人员邹某某作出罚款 2000 元的行政处罚, 对其他直接责任人员王某作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例六: 未经与旅游者协商一致指定具体购物场所案

2024 年 2 月, 西安某国际旅行社有限责任公司碑林第一分公司受江西某国际旅行社有限公司的委托, 接待 11 名旅游者参加“年味西安双飞五天游”, 两家公司就该团队具体行程安排以书面形式进行了确认, 约定行程无购物。行程中, 导游杨某某按照西安某国际旅行社有限责任公司碑林第一分公司负责人周某的要求, 将旅游者带入某玉器店进行购物。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十五条第二款的规定。依据《中华人民共和国旅游法》



第九十八条的规定，西安市文化和旅游局对当事人作出责令停业整顿 5 日、罚款 30000 元的行政处罚，对直接负责的主管人员周某作出罚款 2000 元的行政处罚，对其他直接责任人员杨某某作出罚款 2000 元、暂扣导游证 5 日的行政处罚。

案例七：未经许可经营出境旅游业务案

2024 年 3 月，秦皇岛某国际旅行社有限公司在未取得出境旅游业务经营许可的情况下，发布出境旅游产品，并组织旅游者参加“泰新马 10 日游”“2024 港澳厦门桂林张家界长沙专列 15 日”旅游行程。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十九条第二款的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十五条第二款的规定，秦皇岛市旅游和文化广电局对当事人作出没收违法所得、罚款 12000 元、责令停业整顿 1 个月的行政处罚，对直接负责的主管人员徐某作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例八：未经许可经营出境旅游业务案

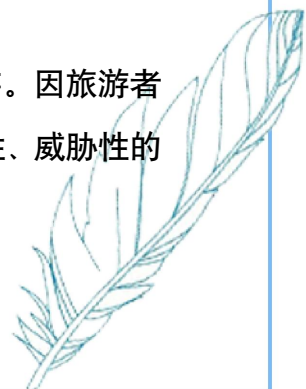
2024 年 3 月，山东某文化旅游发展有限公司发布“【五国自驾】中国老挝泰国马来西亚新加坡”出境旅游产品，以 23999 元/人的价格招徕旅游者。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十九条第二款的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十五条第二款的规定，济南市文化和旅游局对当事人作出罚款 10000 元、责令停业整顿 15 日的行政处罚，对直接负责的主管人员霍某某作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例九：向不合格的供应商订购产品和服务案

2024 年 1 月至 2 月，新疆西部某旅行社有限责任公司接待旅游者参加喀什-伊犁旅游活动，使用的车辆不具备相关营运资质。当事人的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十四条的规定。依据《中华人民共和国旅游法》第九十七条的规定，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局对当事人作出没收违法所得、罚款 40000 元的行政处罚，对直接负责的主管人员肖某作出罚款 15000 元的行政处罚。

案例十：强迫或者变相强迫旅游者参加购物活动案

2024 年 2 月，北京某国际旅行社有限责任公司委派矫某某担任旅游团队导游。因旅游者未在行程约定的购物店购买推荐商品，无法获得购物提成，矫某某使用带有侮辱性、威胁性的



语言强制旅游者购买烤鸭。矫某某的行为违反了《导游管理办法》第二十三条第（五）项的规定。依据《导游管理办法》第三十二条第一款第（六）项的规定，北京市文化和旅游局对矫某某作出罚款 5000 元、暂扣导游证 90 日的行政处罚，对该旅行社作出责令停业整顿 90 日、罚款 30000 元的行政处罚。

来源：文化和旅游部政府门户网站

编辑：周祎

